

El perfil del emprendedor en México y su potencial internacionalización. Aproximación empírica

The profile of the entrepreneur in Mexico and its potential for internationalization. Empirical approach.

Valenzuela R., Fernando¹

Resumen

Los emprendedores juegan un papel muy importante para el crecimiento económico de los países al ser una fuente de empleo y aportar innovaciones dentro del mercado. En cada país se va creando un perfil general a partir de diversas variables que actúan desde la generación de los emprendedores, durante su vida activa del negocio y hasta el cierre de los mismos en algunos casos. La presente es una investigación documental que pretende reconocer elementos que inciden en los emprendedores, tanto para impulsar su desarrollo o factores que lo merman. El objetivo es exponer un perfil del emprendedor en México, para posteriormente identificar su potencial en un ámbito global, de modo que redunde en más beneficios en el proceso de las exportaciones.

Palabras clave. Emprendedor, internacionalización, perfil, potencial.

Abstract

Entrepreneurs play a very important role for the economic growth of countries by being a source of employment and providing innovations within the market. In each country, a general profile is created from various variables that act from the generation of entrepreneurs, during their active business life and until their closure in some cases. This is a documentary research that aims to recognize elements that affect entrepreneurs, both to promote their development or factors that reduce it. The objective is to

¹ Alumno programa Doctoral en Administración UAT. fer5val@hotmail.com

expose a profile of the entrepreneur in Mexico, to later identify its potential in a global environment, so that it results in more benefits in the export process.

Key words: Entrepreneur, internationalization, profile, potential.

Introducción

El papel que juegan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) para la economía de los países se reconoce en indicadores que impactan de manera positiva. Al generar empleos, un emprendedor está satisfaciendo las necesidades particulares de la sociedad y contribuyendo a ella directamente con la creación de riqueza. Los países han reconocido este impacto y se han dado a la tarea de generar entornos viables para su potenciación. Ante tal panorama se pretende dotar a los emprendedores de un ambiente favorecedor, dentro del cual se ven inmersos aspectos políticos, económicos y sociales.

Los países desarrollados en este rubro del emprendedurismo brindan facilidades soportando aspectos económicos al iniciar un negocio y concediendo de estrategias puntuales para tener un negocio robusto que conozca de oportunidades y se prepare para alcanzarlas.

En el presente escrito, se pretende reconocer a quién se le llama emprendedor, las características con las que cuenta y determinan un perfil general en México para ubicarlo en un contexto dónde se ha quedado rezagado en una participación internacional mayor.

El término emprendedor

El estudio del emprendimiento tiene su origen en los inicios del hombre, lo anterior debido a que éste siempre ha buscado las alternativas de cómo sobrevivir y descubrir nuevas formas de mejorar su espacio, buscando suplir sus necesidades e incrementar su calidad de vida. Silva J.

(2008) citado en (Castro Sánchez & Galán Briseño, 2018), define al emprendedor como la persona que inicia un negocio planeando toda su administración y reconoce riesgos para el mismo.

Existe un sinnúmero de autores que abordan el término emprendedor, muchos de ellos particularizando el concepto hacia un área en específico. Como antecedente, se puede considerar a Schumpeter y su trabajo *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (1943) como quien brinda un significado adoptado por la mayoría de los estudios.

Schumpeter “The function of entrepreneurs is to reform or revolutionize the pattern of production by exploiting an invention or, more generally, an untried technological possibility for producing a new commodity or producing an old one in a new way, by opening up a new source of supply of materials or a new outlet for products, by reorganizing an industry and so on...function of entrepreneurs is to reform or revolutionize the pattern of production by exploiting an invention or, more generally, an untried technological possibility for producing a new commodity or producing an old one in a new way...” (Schumpeter, 1943)

Acorde a esto, se asientan las bases para ver al emprendedor como quien impulsa el mercado a un siguiente plano a través de las innovaciones que realiza, en las cuales se enfrenta a problemáticas y administrando sus recursos busca la manera de recuperarse.

El concepto de emprender trae consigo el contar con un perfil, es decir, la identificación de una serie de características que le permiten a cierta persona actuar de alguna manera y consta de competencias para visualizar, el definir, así como el logro de objetivos trazados (Ronstadt, 1984). Lo anterior resulta relevante para poder conocer que características deben desarrollar las personas que desean emprender un negocio o en caso ya lo tengan en marcha, que cualidades deberían potencializar para destacar.

Los emprendedores tienen una gran capacidad para generar cosas nuevas, no se quedan con lo ya existente, sino que buscan crear a partir de donde ven oportunidades de mejora y lo desarrollan, lo cual lo señala (Drucker, 1989), refiriéndose a los emprendedores como a las personas que

realizan negocios viables poniendo a prueba ideas innovadoras y permiten que en el mercado exista apertura a aspectos no cotidianos.

Ante la globalización, el tener dicha característica permite adquirir ventajas competitivas y extender los horizontes de negocio fuera de las fronteras del país.

El emprendimiento en México

México cuenta con acuerdos internacionales con otros estados que facilitan la compra venta de productos pero aún no se ha logrado que los emprendedores sean parte de esto.

Rodríguez y Urbina (2015) citados en (Canales et al., 2017) brindan como dato otorgado por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) que en México el emprendedurismo participa con un 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Además, siete de cada diez empleos se ven generados por los mismos, lo cual refleja que en México se tienen emprendedores que están fortaleciendo la economía.

Como parte de este indicador, se señala que el país tiene su mayor problemática de desarrollo en los actos corruptos por parte de las autoridades y no permiten el despunte de los emprendedores generando un ambiente no favorecedor para su crecimiento. Detallando en aspectos del entorno, no de los emprendedores en sí.

Existen tres rubros que permiten que crezca el emprendedurismo, el que se dote de medios financieros para que los emprendedores puedan tener recursos, políticas que les favorezcan y dotarles de un soporte constante que los acompañe en su actividad; esto se logra con variaciones de alcance aun cuando en el país existen cuatro regiones con diversas estructuras hacia el emprendedurismo (García et al., 2018).

Existen estudios que demuestran la razón por la que se desea abrir nuevas empresas, el sentido del deseo o necesidad del porqué hacerlo. Según un estudio, el 34.6% de los emprendedores en México crearon su propia empresa a partir de una insuficiencia financiera, a partir de no contar

con recursos económicos, es que determinaron emprender (Jean et al., 2013).

También se señala dentro del mismo, en comparación con los países Estados Unidos y Canadá, donde el rubro del emprendedurismo está muy desarrollado, que en México la visión principal es subsistir con la obtención de una ganancia y poder sobrellevarla, más allá de algún otro interés.

El panorama actual en México indica una persistente búsqueda de salir adelante ante la falta de dinero, el deseo de aumentar el ingreso para las necesidades básicas. Por ende, el emprendedor no busca una distinción ante los demás o que su empresa sea un pasatiempo (López et al., 2016). De igual manera, demuestra que México puede encontrar igualdad con países como Venezuela y Turquía en que buscan fines económicos.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2012) en su reporte sobre el Análisis de la demografía de los establecimientos, muestra cómo el emprendedurismo creció en mayor proporción a lo que las empresas mueren. El porcentaje de crecimiento fue de un 28.3 donde la mayoría fueron del giro servicios privados no financieros y en contraparte cerraron el 22% teniendo el mayor número de estas las empresas dedicadas al comercio.

Aún con el panorama no alentador que suelen vivir en el país los emprendedores para crear sus empresas, siguen siendo el impulso de la economía nacional al forjar sus entidades de negocio.

Perfil del emprendedor en México

Es importante reconocer las características personales de los emprendedores en México, para poder ubicar fortalezas y debilidades con el objetivo de direccionar estrategias que cobijen este perfil.

Existen diversos métricos para poder ver un panorama actual sobre la fuerza laboral que representan los emprendedores en México y sus características.

Tomando en cuenta el campo y el tipo de empresa por su tamaño, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, se tiene que existe un crecimiento en cantidad de personas que laboran en la pequeña empresa de septiembre del 2019 a este mismo mes del presente año, pasando de 17.5% al 18%, ayudando a esto el incremento que aportaron las mujeres de un 18.3% al 19.7%(ENOE, 2020).

Estableciendo diferencias del emprendedor de México con el de Estados Unidos como su frontera con quien tiene mayor participación de comercio y quien se logra mantener dentro de los primeros lugares en términos del desarrollo del emprendedurismo.

Acorde a (Martínez & Dorfman , 1998) se establecen los siguientes puntos clave del perfil del emprendedor mexicano:

- Cuenta con un alto sentido de identidad familiar, de aquí que se busque continuar con el negocio que ya se tiene.
- Considera relevante tener buena interacción con las personas, a veces llegando al punto en que el exceso de confianza desploma su desarrollo.
- Busca y ofrece respeto a todo empleado, lo cual al no darse, se refleja en eliminar relaciones laborales por completo.
- Procura ser innovador en sus funciones y no logra tomar de buena manera las críticas para que jueguen a su favor, sino que generan aislamiento y perjudican las relaciones y a su vez la empresa.
- Los sesgos de clases sociales, años de estudio, entre otras, generan diferencias entre el emprendedor y los empleados generando ser ineficientes en la empresa.
- Consideran importante las relaciones de amistad dentro de la organización para poder trascender.
- Suele solapar la falta de responsabilidad de sus empleados, lo cual no colabora en el progreso de su negocio.
- Comúnmente no toma decisiones con riesgo, busca irse a lo seguro y como consecuencia su potencial crecimiento no se da.

Los puntos anteriores conforman cualidades del perfil del emprendedor mexicano, los cuales no son indicativo de malas prácticas, son parte de las costumbres en sociedad que con el paso de los años se han ido adoptando.

Tomando en cuenta el perfil del emprendedor en México, se requiere darle una educación en este sentido y apoyarle haciéndole saber sobre campañas que existen para ayudarles. Usar sus cualidades y conjuntarlas con las estrategias de los diferentes niveles de gobierno para buscar un desarrollo de la riqueza en nuestro país de forma conjunta (Guerrero & Santamaría, 2020).

Indicadores del emprendedor mexicano

En un entorno globalizado, las mejoras económicas de los países surgen del estatus financiero que alcancen sus empresas y de las ventajas competitivas que lleguen a tener.

En la actualidad, la tendencia en los estados es extenderse y abrir las fronteras hacia la internacionalización para que sus indicadores de eficiencia productiva aumenten (Rueda, 2008).

La visión de los países es tener emprendedores en un contexto robusto que les permita implementar ventas fuera de su territorio. Los emprendedores de Latinoamérica, tienen una baja tendencia para llegar a otras naciones con sus empresas, con un porcentaje del 10.8% (Amorós et al., 2012).

Según el informe sobre Competitividad Global (Schwab, 2019) México ocupa el lugar 48 de 141 economías estudiadas a nivel mundial. Dentro de ello, se resalta que las mejores cuatro posiciones que tiene son en pilares estrechamente relacionados con la actividad de los emprendedores.

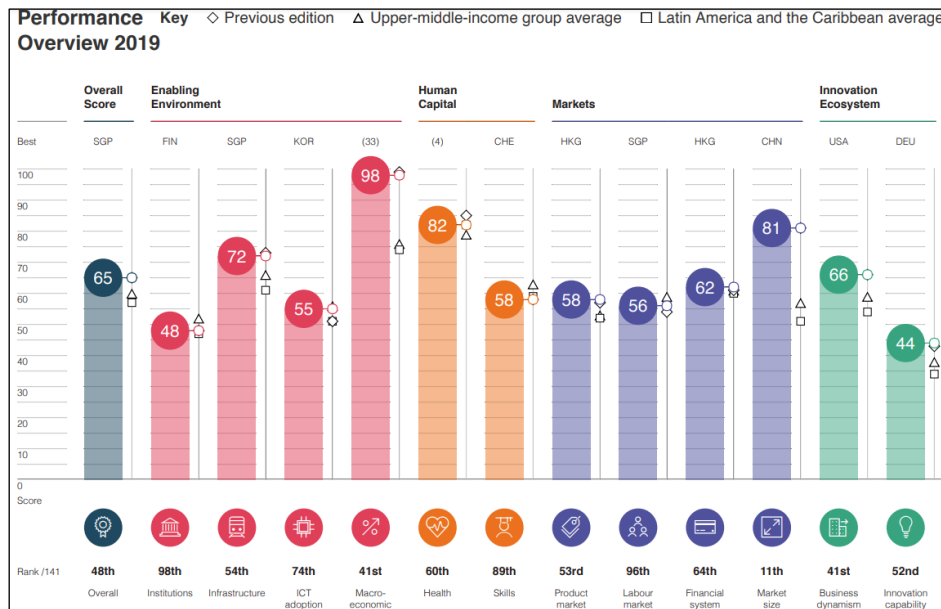
En el pilar denominado Tamaño de Mercado se encuentra en el lugar 11, en el pilar donde se estudia el Dinamismo Empresarial México tiene la posición 41 y dentro de este en el atributo de Cultura Emprendedora

demuestra crecimiento respecto al año anterior y se ubica en el lugar 70. Así también, en el pilar Estabilidad Macroeconómica ocupa el lugar 41 y en el de Capacidad de Innovación es el lugar 52.

En contraparte, el pilar donde México no ha logrado buenos resultados es en el llamado Instituciones, lugar 98, donde un métrico aquí inmerso es el de transparencia.

FIGURA 1

Índice del perfil económico de México en el 2019.



Fuente: The Global Competitiveness Report (Schwab, 2019)

FIGURA 1

Índice del perfil económico de México en el 2019.

Pillar	Rank/141
Overall	48th
Institutions	98th
Infrastructure	54th
ICT adoption	74th
Macroeconomic stability	41st
Health	60th
Skills	89th
Product market	53rd
Labour market	96th
Financial system	64th
Market size	11th
Business dynamism	41st
Innovation capability	52nd

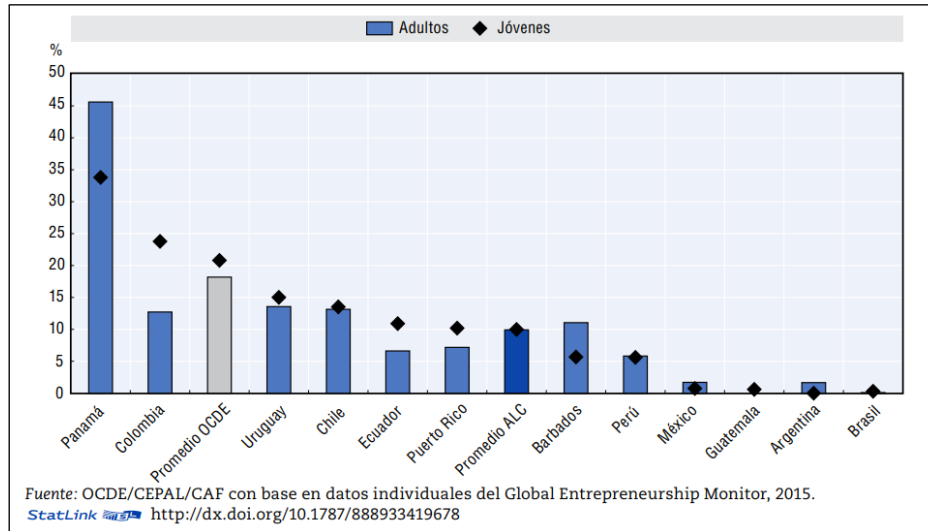
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de The Global Competitiveness Report (Schwab, 2019).

Dentro de un panorama donde la innovación y la satisfacción de las necesidades en México demandan la creación de nuevas empresas, los emprendedores se dan a la tarea de cumplir con esto y generar fuentes de empleo.

Las pequeñas y medianas empresas dentro de países de Latinoamérica suelen no estar inmersas en un aspecto global, viéndose reflejado al compararlas contra las mismas ubicadas en los otros continentes. Según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2017).

FIGURA 2

Porcentaje de empresarios con al menos un 25% de clientes internacionales (OCDE, 2017).



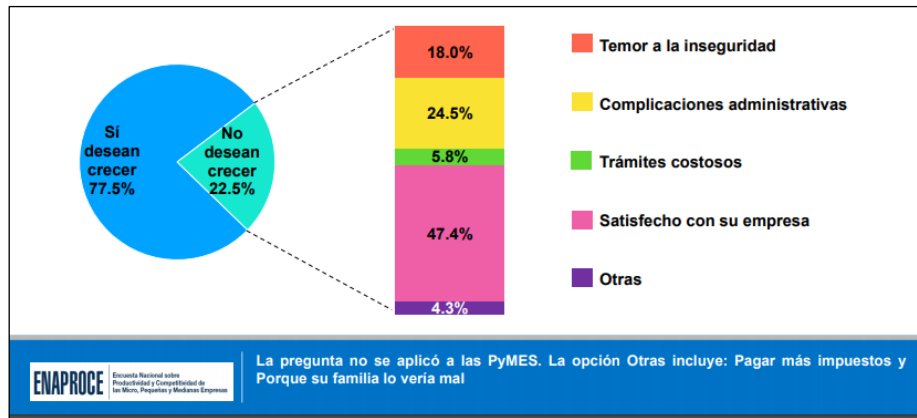
La juventud a cargo de empresas en Latinoamérica marca tendencia hacia asumir una baja relación respecto a los que integran la OCDE. México está con un nivel muy bajo respecto al promedio de la OCDE, y otro aspecto importante es que quienes exportan lo hacen por medio de otras empresas, no directamente.

Para poder destacar en ámbitos internacionales se necesita saber que ocurre con los emprendedores que no buscan tal crecimiento.

La Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2018)

FIGURA 3

Distribución del número de microempresas según su opinión sobre el crecimiento y razón principal por la que no desean que éstos crezcan (ENAPROCE, 2018)



Fuente: (ENAPROCE, 2018)

Un aspecto que llama la atención y se asocia con los indicadores de los emprendimientos comerciales internacionales es que el 22.5 % de los emprendedores no tienen el deseo de expandir su negocio teniendo como principal causalidad el encontrarse satisfecho con sus rendimientos al momento.

El no tener la visión de expandirse será el principal impedimento para ello, pues no se trata de aptitudes, sino de actitudes frente al panorama comercial al que se enfrentan.

También puede observarse que la gran mayoría con un 77.5% desea que su negocio crezca, y hacia ellos es a quienes se les pretende dotar de políticas que direccionen su desempeño, crear un ambiente favorecedor para su desarrollo y brindarles un seguimiento para no perderlos en el proceso.

Reflexiones finales

El emprendedor en México cuenta con los rasgos característicos de un emprendedor global lo que bien le puede potencializar no sólo en el mercado nacional, sino en un plano internacional y genere riqueza de esto.

Las MiPyMEs dan el paso a enfoques fuera de su país cuando la persona que dirige la empresa tiene esa visión, de aquí que un factor clave es el perfil que este tenga.

México cuenta con acuerdos internacionales que colaboran al desarrollo de los emprendedores en otros países, los cuales incidirían en mayor proporción en el crecimiento de índices económicos dándole un seguimiento, información y capacitación a quienes están a cargo de las MiPyMEs.

Referencias

- López Lira-Arjona, A., Cachon, J.-C., Robichaud, Y., & Barragán Codina, J. N. (2016). Motivación para el emprendimiento en México: Un estudio comparativo de género. *VinculaTegica*, 102-128.
- Amorós, J. E., Etchebarne, S., & Felzensztein, C. (2012). Emprendimiento Internacional en Latinoamérica: Desafíos para el Desarrollo. *ESIC Business & Marketing School*, 513-529.
- Canales García, R. A., Román Sánchez, Y. G., & Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 1-17.
- Castro Sánchez, M., & Galán Briseño, L. M. (2018). Perfil de emprendedor, requisito indispensable para la formación de agentes de cambio. *VINCULATEGICA EFAN*, 218-225.
- Drucker, P. F. (1989). *The New Realities: In Government and Politics, in Economics and Business*. New York : Harper & Row.
- García Macías, M. A., Zerón Félix, M., & Sánchez Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 88-103.

- Gil Gaytán, O. L. (2017). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad* .
- Guerrero, M., & Santamaría Velasco, C. A. (2020). Ecosistema y actividad emprendedora en México: un análisis exploratorio. *Perfiles latinoamericanos*, 227-251.
- INEGI. (2012). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/investigacion/analisis/>
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. México: INEGI.
- INEGI. (2020). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad*. México: INEGI.
- Jean Charles, C., Barragán Codina, J., Eccius Wellmann, C., McGraw, E., & A. Myers, D. (2013). Entrepreneurial Motives and Performance: Evidence from North America. *Journal of Management Policy and Practice*, 50-77.
- Martínez, S., & Dorfman, P. (1998). The Mexican Entrepreneur: An Ethnographic Study of the Mexican Empresario. *International Studies of Management & Organization*, 97-124.
- Ronstadt, R. (1984). *Entrepreneurship: Text, cases and notes*. Dover, MA: Lord Pub.
- Rueda Galvis, J. F. (2008). Los procesos de internacionalización de la empresa: causas y estrategias que lo promueven. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 51-57.
- Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, socialism y democracy*. London: Taylor & Francis e-Library. .
- Schwab, K. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Geneva: World Economic Forum.